

3. 調査レポート 商品化される「ミナンカバウ・アイデンティティ」

著者	加藤 剛
雑誌名	アジア文化研究所研究年報
号	51
ページ	293(144) -289(148)
発行年	2017-02-28
URL	http://id.nii.ac.jp/1060/00008480/

商品化される「ミナンカバウ・アイデンティティ」

*
加 藤 剛

「グローバル化時代の境域社会における民族再編のダイナミクス」との関係で、この2年ほどマレーシアで調査し、考えていることについて簡単に記しておきたい。標題にみる「ミナンカバウ」(Minangkabau)とは、インドネシアはスマトラ島の西スマトラ州を故地とする民族を指す。州の人口は485万(2010)で、うち88%がミナンカバウである(https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Barat)。もっとも、インドネシアのミナンカバウ総人口は646万人(2010)であるから、西スマトラ州のミナンカバウ人口は在インドネシア人口の65%にしか過ぎない(https://en.wikipedia.org/wiki/Minangkabau_people)。この数字が示すように、ミナンカバウは昔から母系親族制度、篤いイスラーム信仰心と並び、ムランタウと呼ばれる移住・出稼ぎ慣行で知られる。行政的線引きや国境など存在しなかった昔のこと、東隣州のリアウ(Riau)や南隣州のジャンビ(Jambi)にもミナンカバウは河川沿いに移動しており、現在これらの地にはミナンカバウを遠い祖先とする人々が住んでいる。さらにマラッカ海峡を越えたマレー半島のヌグリ・スンビラン(Negeri Sembilan)も、14世紀に始まるミナンカバウの移住により拓かれたものである。とくにヌグリ・スンビランの王はミナンカバウのパガルユン(Pagarruyung)王の血を汲むとされ、ふたつの王家の歴史的関係は深い⁽¹⁾。

スマトラとマレー半島は、1824年の英蘭協約



* 東洋大学アジア文化研究所客員研究員：Asian Cultures Research Institute, Toyo University, 5-28-20, Hakusan, Bunkyo, Tokyo, 112-8606 / katogo@sky.sannet.ne.jp

(1) ヌグリ・スンビランの位置は、上の地図でMalacca Sultanate——このスルタン国の範囲については地図左下の凡例を参照のこと——と記されている文字のあたりである。またパガルユンの場所は、同地図の中央スマトラ西寄りにある赤丸で示されている。ヌグリ・スンビラン州の村落部の住民は大部分がマレー系の人々で、アダット・ブルパティ(Adat Perpatih)と呼ばれる母系親族制度に基づく慣習を順守している。しかし歴史のなかでミナンカバウ系以外のマレー系の人々も移り住んでおり、また町・都市部にはインド系、とくに華人系の住民が多い。他のマレー半島の地域と同じように、プランテーションに住むのはインド系が中心である。

によって、スマトラはオランダの支配圏、マレー半島はイギリスの支配圏と定められ、これ以降スマトラ側のミナンカバウとヌグリ・スンビランのミナンカバウは植民地国家のなかに絡めとられ、両者の文化的繋がりは徐々に希薄となっていった。時代は飛んで1957年にマレーシアは独立し、現存する9人のスルタン（それぞれの州のアダット／慣習法とイスラームの長の役割

を果たす）ないし王のあいだから、5年を任期とする輪番制で、マレーシア国の象徴としての国王を任命する制度が導入された。この制度はヌグリ・スンビランにおける王の任命法、すなわち複数の異なる家系から王が輪番で任命される仕来りを参考にしたとされる。そうしたこともあり、当時のヌグリ・スンビラン王、トゥアンク・アブドゥル・ラーマンが初代国王（1957-60）に任命され、この王の肖像が現在でもマレーシアの通貨「リンギット」の紙幣を飾っている。その後、1963年9月に、マラヤ、シンガポール、サバ、サラワクが一つになり「マレーシア」を結成して独立した。これに対して時のインドネシア大統領スカルノは反対の立場を表明し、軍事行動をも辞さない「対決政策」を宣言した。この政策は、スカルノが失墜し、スハルトがインドネシア政治の実権を掌握したあとの1966年8月まで続いた⁽²⁾。

1950年代～60年代の一連の出来事からいえることは、独立時にヌグリ・スンビラン王が、ヌグリ・スンビラン王の任命法に準じて制定されたマレーシア国王に即位したあと、次いでとくにスカルノによる「対決政策」宣言以降、さらにはトゥアンク・アブドゥル・ラーマンの肖像が通貨紙幣を飾るようになってからは、ヌグリ・スンビラン州の人々はマレーシア人としての意識をそれまで以上に高め、さらに他州のマレーシア人の「手前」もあって、ミナンカバウひいてはインドネシアと距離をおくようになったのではないかと、ということである。ヌグリ・スンビラン王家においても、中世から近世にかけて「マレー世界」で尊崇されていたパガルユン王家との関係を強調するのではなく、初代マレーシア国王を務め、紙幣を飾る王を送りだした「マレーシアの王」としての側面が重視されるにいたったのではないだろうか。わたしがヌグリ・スンビランで調査をするようになったのは1984年で、その頃、ヌグリ・スンビランでミナンカバウとの繋がりが語られることはほとんどなかったと記憶している。

これに変化がみられるようになるのは、インドネシアがスハルト体制に移行してからである。スハルトは1966年3月に実権を握り、67年3月に大統領代行、68年3月にはインドネシア第2代大統領に就任した。既述のように、1966年8月にはインドネシアの対マレーシア「対決政策」が終焉、親米・親マレーシア・反共政策を標榜するスハルト政権の誕生があり、67年8月には「反共同盟」ともいえるASEANがインドネシア、マレーシア、シンガポール、タイ、フィリピンを加盟国として結成された。おりしも1964年8月のトンキン湾事件を口実にアメリカのベトナム戦争への大々的な介入が始まり、一方で68年にはイギリスがスエズ以東からの撤退を表明、実際に71年にイギリス



(2) 「リンギット」の歴史は少々説明を要する。1957年の独立後、1967年にシンガポールがマレーシアから脱退するまで、現在のマレーシア（及びシンガポールとリアウ諸島）では「マラヤ及びイギリス領ボルネオ・ドル」が使用された。使われた肖像はエリザベス2世である。1967年に「マレーシア・ドル」がこれに取って代わり、単位記号としては従前の\$が用いられた。トゥアンク・アブドゥル・ラーマンの肖像が紙幣を飾るのは、この時からと思われる。単位記号が\$からRM（リンギット・マレーシア）になるのは1993年である。なお、マレー語による「リンギット」という呼称は古く、大航海時代以降、東南アジアでも出回るようになった「スペイン・ドル銀貨」のギザギザの縁を指し、これ以降の通貨はマレー語では「リンギット」と通称された。



軍はシンガポールから撤退した。このような国際政治状況のなかで、マレーシアとインドネシアはそれまでの確執を納め、友好路線を歩むようになる。その表れのひとつが、1959年から始まった2年に一度開催される東南アジア競技大会（SEA Games）である。元々は東南アジア半島競技大会（SEAP Games）と呼ばれ、東南アジア大陸部5カ国とマレーシア（のちにマレーシアから分離独立したシンガポールを含む）が構成メンバーだった。開催国の幅を拡げるとの理由があったとはいえ、これにインドネシア、ブルネイ、フィリピンを含めようと提案したのはマレーシアであり、これらの国の参加を得てSEA Gamesの名を冠した最初の競技大会が開催されたのもマレーシアだった。1977年のことである（https://en.wikipedia.org/wiki/Southeast_Asian_Games）。

両国をめぐる政治環境の変化もあり、ヌグリ・スンビランにおけるミナンカバウ・アイデンティティの表出に対する「自制」ないし「縛り」が緩やかになったということだろう、1980年代になるとミナンカバウ的意匠の屋根を戴く公共建築物が登場するようになった。その代表が1986年に「文化民芸公園」（Taman Seni Budaya）にオープンした州博物館「ブルパティ館」であり、翌年に完成した州庁舎（Wisma Negeri）である⁽³⁾。

この動きが加速したのは、1980年代後半に始まり90年代初頭に具体化するマレーシアの観光重視政策が、90年代後半にマレー半島諸州にも広がるようになってからのことと思われる。その歴史的背景、とくに東南アジア全体における歴史的動きについて以下、簡単にみることにしたい。というのも、マレーシアの観光政策の発展は、東南アジアにおける観光政策の流れのなかで起こったものだからである。東南アジアで観光促進のための施策を最初に推進した国の一つはシンガポールで、1964年にシンガポール観光推進局（現在のシンガポール観光局）を設立した。1967年の独立以降は、国の経済的存続を賭けて独自の観光政策を追求するようになったと思われるが、これについてはいまだ未調査である。

ASEAN全体についていうと、1971年に観光に携わる官民組織を構成員とする非営利団体ASENTA（ASEAN Tourism Association）が設立された。同年にはASEAN観光年1971（Visit ASEAN Year 1971）が打ち上げられ、いくつかの国で記念切手が発行されている。残念ながら、どのようなキャンペーンが繰り広げられたのか、あるいは広げられなかったのかは不明である。そ

(3) ブルパティはミナンカバウの文化英雄の一人で、ヌグリ・スンビランに母系慣行（Adat Perpatih）をもたらしたといわれている。ブルパティ館については<http://lmns.ns.gov.my/index.php/2012-09-28-00-22-39/2012-10-03-01-06-37/muzium-negeri>を、州庁舎については<http://www.malaysia-traveller.com/top-seremban-attractions.html>を参照。

の後、構成国とともにASEANそのものを観光目的地として売り込むべく1981年に組織されたのがASEAN Tourism Forum (ATF)である。最初の会合はマレーシアで開かれた。これは現在に至るまで構成国の持ち回りで毎年開催されている (<https://atf2017.com/about-atf#block-block-4>)。

マレーシアについてみると、1971年のASEANTAの設立やVisit ASEAN Year 1971に触発されてのことだろう、1972年にマレーシア観光客発展局(Tourist Development Cooperation, TDC)が貿易産業省の下に設けられた。ASEANにしてもマレーシアにしても、観光促進に向けての本格的な動きがみられるのは1980年代後半である。1987年12月に第3回ASEAN公式首脳会議が開催され、そこで採択された「マニラ宣言」において、経済協力の一環として域内観光の促進と競争力ある観光産業の育成が謳われ、かつASEAN結成25周年にあたる1992年を、ASEAN観光年(Visit ASEAN Year)とすることが表明された。マレーシアでは、首脳会議に遡る半年前の1987年5月に文化芸術観光省が新設され、TDCはこの省の管轄下に移行した。その後TDCは、1992年にマレーシア観光促進局(Malaysia Tourism Promotion Bureau, MTPBないしTourism Malaysiaと呼ばれる)に組織替えしている (https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_Malaysia)。

東南アジアのなかで観光年を最初に実施した国はおそらくタイである。早くも1980年が観光年(Visit Thailand Year)に指定され、その後も87年(国王の60歳の誕生年)、98-99年(1999年は国王の72歳の誕生年であり、かつ20世紀最終年で、この時にはAmazing Thailandというキャッチフレーズが使用された)に観光年キャンペーンを展開している。じつは観光担当部局を東南アジアで最初に設置したのはおそらくタイで、1960年に観光客組織(Tourist Organization)を設立し、63年にはこれをタイ観光客組織(TOT)に改名、さらに79年にタイ観光局(Tourism Authority of Thailand, TAT)へと名前を変えている。

マニラ宣言で1992年をASEAN観光年にするとの表明がなされたことは、明らかに国レベルの観光政策を刺激するものになった。ベトナムが1990年、インドネシアが1991年といった具合に、この年以前に観光年を設定する国が多く出ているからである。マレーシアも1990年を観光年とし、それ以降も1994、2007(独立50周年)、2014年と観光年を繰り返している。1990年代後半になると、マレーシアはマレーシア人による国内観光の促進にも力を入れるようになり、これに呼応して半島部の州で観光年が打ち上げられ、Visit Trengganu Year(1997)、Visit Kelantan Year(1998)、Visit Penang Year(1999)、Visit Negeri Sembilan Year(1999)と続いた。これとの関係で、連邦政府は公務員を中心に週休二日制を段階的に導入するようになり、さらに1999年には「マレーシアで休暇」(Cuti-Cuti Malaysia)キャンペーンを展開した。マレーシアの代表的英字新聞New Straits Timesは、キャンペーンを後押しすべく旅行と旅行関連記事に特化した折り込み別冊を毎週出版するようになった。マレーシアを拠点とする格安航空会社のAir Asiaも、「マレーシアで休暇」特別パッケージを提供している。2000年代初頭から連邦政府が「伝統的マレー農村」における民泊(homestay)の可能性に着目し、これを促進するべく「村落部観光マスタープラン2001」(Rural Tourism Master Plan 2001)を作成したのも、外国人観光客以外に国内観光客を考えてのことだろう。2009年にナジブ政権が成立し、新経済モデルを唱え、2020年までにマレーシアを高所得者国入りさせる





ことを目標に設定して、12の国家キー経済分野（National Key Economic Areas, NKEA）を設定したが、そのひとつは観光だった。そして2015年には「マレーシアで休暇」キャンペーンの次の段階として、〔週末は〕「近場へ」（Dekat Je）キャンペーンを開始している。

前振りが長くなった。ヌグリ・スンビランにおいて表題にいう「商品化されるミナンカバウ・アイデンティティ」現象が顕在化するのには、マレーシアにおける観光政策をめぐる大きな流れがあり、そのなかでヌグリ・スンビランが国内外の観光客を引き付けようとの試みがあって、文化資源として浮上したのがミナンカバウ・コネクションでありミナンカバウ・アイデンティティだったということである。とくに、ヌグリ・スンビランはマレー半島の他州に比べて面積も人口規模も小さく、マラッカのような歴史的資源もない。州としての特徴を出そうとすればミナンカバウに行きつかざるを得ないといえる。1999年のVisit Negeri Sembilanを契機にPesta Persukuan Adat Perpatih（Adat Perpatih 母系氏族祭り）が始まり、今日まで毎年開催されている⁽⁴⁾。その内容はどのようなもので、他にどのような形でミナンカバウ・アイデンティティは商品化されているかについては、またの機会にあらためて論じてみたい。

(4) 写真の右にあるのは古い王宮で建築はミナンカバウ様式と異なる。他方「2014」の右にあるスケッチは明らかにミナンカバウの屋根の輪郭である